

96	médiamorphoses	dossier
	La reconversion des sportifs à la télévision	Hélène Duccini

# La reconversion des sportifs à la télévision

Hélène Duccini, maître de Conférences, Université de Paris X, Nanterre

## Le couple sport et télévision

Publicité, voilà le maître mot ! Dans l'univers de la télévision, les vedettes font vendre, et celles du sport, très médiatisées durant leur courte vie professionnelle, sont des supports privilégiés pour les publicitaires. La télévision a largement contribué à en faire des objets médiatiques. Sport et spectacle forment en effet un couple de plus en plus indissociable dans les sociétés contemporaines. La retraite des métiers du sport, très précoce, se situe, suivant les disciplines, vers trente, trente-cinq ans, un peu plus tard peut-être pour un joueur de rugby. À partir de là, les voies sont largement ouvertes et les métiers à exercer multiples : entraîneurs de club, formateurs et directeurs de salles de sport, chefs d'entreprise, comme Alain Prost, consultant dans les instances publiques ou dans les fédérations nationales ou olympiques comme Platini. Toutefois, nombreux sont ceux qui espèrent trouver un emploi pérenne dans une chaîne de télévision, passant ainsi de la gloire des stades à celle du petit écran.

## Les métiers de la reconversion à la télévision

Trois métiers s'ouvrent aux anciens sportifs, sous des statuts différents : le consultant, qui intervient pour nourrir les retransmissions de commentaires techniques, le présentateur qui conduit une émission, le plus souvent attaché à une chaîne, l'animateur enfin, soit responsable d'une émission sportive ou, dans un

autres genre, de variété par exemple, qui s'éloigne tout à fait de sa pratique. L'aristocratie du métier est représentée par ceux qui se sont complètement fondus dans leur nouveau milieu professionnel, qui sont devenus journalistes à part entière et sont titulaires de la carte de presse. Pour ceux-là le deuxième métier tend à effacer la notoriété antérieure.

L'analyse de la reconversion des gloires du tennis est tout à fait significative à cet égard. Jean-Paul Loth, entraîneur des juniors français en 1968, puis directeur technique national à partir de 1976 est consultant pour sa discipline depuis 1988. Si l'on descend la chronologie, on rencontre des champions plus consultants que journalistes-commentateurs comme Henri Leconte, qui devient consultant en 1997. Après lui, Guy Forget, vainqueur de la coupe Davis en 1991 et 1996, annonce cette même année qu'il met fin à sa carrière et entre à la télévision comme consultant en 1999. Plus près de nous encore, Cédric Pioline, vainqueur de cinq tournois en 2000, finaliste de l'U.S. Open en 1993, de Wimbledon en 1997 et demi-finaliste de Roland-Garros en 1998, devient consultant en 2002. Ainsi, les champions qui viennent de terminer leur carrière sur les courts passent quelques années plus tard dans les studios. Le *turn-over* relativement rapide de ces compétences souligne l'importance que revêt l'*aura* du champion pour la chaîne qui l'emploie. Pour un Jean-Paul Loth, devenu journaliste à part entière, combien de champions encore jeunes et tout proches de leur précoce retraite qui assument, eux, le rôle de consultant.

Pour des dizaines de consultants qui « tournent », on ne compte que quelques « reconvertis » devenus de vrais journalistes titulaires de la carte professionnelle,

complètement intégrés au milieu et reconnus par lui. Cette démarche sans être tout à fait exceptionnelle, reste rare. Entre 1990 et 2002, parmi ceux qui travaillent à la télévision, huit sportifs de haut niveau seulement sont titulaires d'une carte de presse. Trois officient sur les chaînes de France-Télévision, trois sont sur Canal + et deux seulement à TF1. Pour ces journalistes, la reconversion a représenté une vraie « conversion ». D'une certaine façon, ces sportifs ont fait le deuil de leur première carrière pour accéder à un nouveau statut social et professionnel.

## Des plateaux et des genres

Les émissions sportives relèvent de genres multiples. Consultants et journalistes sont ainsi amenés à officier dans des registres différents : la retransmission, à laquelle l'ancien sportif prête sa voix et sa compétence technique, les magazines généralistes dans lesquels tous les sports sont représentés, mêlant extraits de retransmissions, résultats et reportages, les magazines thématiques enfin, consacrés à un sport en particulier, ce qui concerne plus spécialement les sports les plus télégéniques, ceux qui génèrent la plus grande audience : le football, les sports mécaniques (Formule 1, Paris-Dakar), le tennis et les gloires montantes du rugby et du handball.

Quel que soit le cas de figure, il s'avère que la mise en scène du commentaire sportif impose un fonctionnement à plusieurs autour d'une table ou face aux caméras. Le duo, qui permet de passer la parole, d'introduire des incises ou des plaisanteries, met en valeur des connivences et des sourires auxquels le public est très sensible. C'est un spectacle dans le spectacle ou à la marge du spectacle. Les deux duettistes se doivent de cultiver une complémentarité : à chacun sa partition. À cet égard, il est intéressant de rappeler la carrière d'un célèbre duo, celui que formèrent Pierre Albaladejo et Roger Couderc en 1971 sur Europe 1, puis de 1974 à 1984 sur Antenne 2, date à laquelle, Pierre Salviac prit la relève de Couderc. Cette

deuxième équipe fonctionna sur Antenne 2/France 2 jusqu'en 1999 date à laquelle Albaladejo prit sa retraite. En vingt-sept ans de carrière à la télévision, l'ancien joueur a su imposer son style et prendre toute sa place parmi ses confrères journalistes. Il commenta son dernier match sur France-Télévisions le 29 mai 1999, le public lui rendit un hommage plein d'émotion, les spectateurs brandissant des banderoles où l'on pouvait lire : « Bala [son surnom] le roi de l'arène » et « Bala on te regrettera ». D'autres « duos » ont marqué et marquent encore l'histoire du sport, tels Jean-Paul Loth et Michel Dhrey, Thierry Roland et Jean-Michel Larqué.

Pendant longtemps, l'image du journaliste sportif a revêtu un aspect caricatural, souligné par Christian Sauvage <sup>1</sup>, « blouson de cuir sur des muscles apparents et bronzage permanent, mi grand frère mi prof de gym a de quoi séduire les fans de *L'Équipe* et les mordus des retransmissions télévisées ». On peut cependant se demander si la tenue très stricte (costume, chemise claire, cravate) adoptée systématiquement par Jean-Paul Loth et par ses consultants, Lionel Chamoulaud par exemple, n'est pas une caricature à l'envers, quand les présentateurs d'émissions « sérieuses » glissent vers le décontracté des cols roulés ou des cols ouverts.

On doit faire un sort particulier aux femmes dans ces milieux d'hommes. Une première constatation s'impose : les dames commentent comme consultantes des compétitions de sports identifiés comme « féminins », principalement le patinage artistique. Tel est le cas pour Anne-Sophie de Kristoffy, Isabelle Duchesnay et Annick Gailhaguet. Nelson Montfort, parlant d'Isabelle Duchesnay expliquait : « Isabelle Duchesnay présentait le double avantage d'une compétence et d'une expression française maximale avec un côté pittoresque et une pointe d'accent du Québec. Son point de vue était valorisé par une approche féminine », on pourrait ajouter : pour un sport considéré, au même titre que la danse, comme « féminin ». On peut cependant observer une attitude différente suivant les chaînes, qui, d'ailleurs, ne surprend pas : TF1 choisit des consultants et France-Télévision essaie de faire une

place plus grande aux consultantes. Mais le monde de la télévision, comme celui du sport, compte de forts bataillons de machistes. Thierry Roland, par exemple, comme un grand nombre de journalistes sportifs n'a pas hésité à nier publiquement jusqu'à la capacité et la compétence de ses consœurs, estimant que certains sports sont féminins et d'autres proprement masculins. S'exprimant sur le football, il déclarait : « Le football est une affaire d'hommes... je constate que ce sport, numéro 1 dans le monde, n'est pratiquement jamais commenté par une femme. Elles peuvent se consacrer à d'autres disciplines comme le patinage artistique par exemple... une fille dans le foot, non merci ! »

D'autres pensent au contraire, qu'une femme pourrait introduire ouverture et tolérance dans un domaine où l'emporte souvent la passion, voire le chauvinisme. La carrière de Céline Géraud démontre ainsi l'évolution des mentalités et le triomphe de la compétence. Son palmarès sportif comme championne de judo est tout à fait impressionnant : elle remporte le championnat de France, puis le championnat du monde universitaire et se classe troisième du championnat d'Europe, à Londres. Pour assurer sa reconversion à la télévision, elle est d'abord pigiste pendant cinq ans avant d'être engagée comme journaliste par France 3. Elle ne se cantonne pas au judo et commente aussi bien une compétition de patinage artistique. On la retrouve dans les magazines généralistes comme dans les magazines thématiques. Du sport, on la voit passer aux magazines de société où elle est employée à mener l'enquête comme à présenter un sujet. Sa carrière, remarquablement ascendante la fait passer de l'anonymat du reporter à la pleine lumière comme présentatrice d'émission en *prime-time*. Depuis 1993, on la voit manier parfaitement l'outil télévisuel sur les deux chaînes publiques. Passionnée et très professionnelle, elle approche le reportage avec subtilité et originalité, c'est l'une des « converties » du sport les plus complètes que l'on puisse voir sur les chaînes. Cette compétence, tant sur le terrain de sa discipline que dans son travail de journaliste, l'a, dit-elle, protégée du machisme que d'autres, peut-être moins douées, ont subi de plein fouet.

## L'échec de la reconversion

Si certains, on l'a vu, ont magnifiquement réussi leur reconversion dans les médias, d'autres s'y sont cassé les dents. Pour une chaîne, plus le champion est « légendaire » plus son intégration au journalisme présente de l'intérêt en termes de taux d'audience. Mais les qualités exigées sont très différentes et le champion muet des affiches ou des spots publicitaires ne devient pas forcément un homme de la parole. Car le consultant ou le journaliste de télévision est d'abord un orateur, un « parleur ». Nous ne retiendrons ici que deux exemples de reconversion éphémère et donc inachevée.

Le cas de Michel Platini est particulièrement intéressant puisque, footballeur de légende, il a été largement « utilisé » par les chaînes de télévision. Sans parcourir dans le détail sa carrière de champion, on peut cependant rappeler qu'il a appartenu successivement à l'équipe de Nancy, puis de Saint-Étienne et, enfin à la Juventus de Turin. Il a compté soixante-douze sélections en équipe de France, dont il est quarante neuf fois le capitaine. Figure emblématique du football français, il n'a cependant jamais emporté la coupe du monde. À trente-deux ans, il met fin à sa carrière en 1987. Comme de nombreux sportifs, il ne quitte pas pour autant le monde du foot. Il est sélectionneur de l'équipe de France jusqu'en 1992 et vice-président de la Fédération internationale de football, avant de devenir co-président de la coupe du monde en 1998. Quand il prend sa retraite, les chaînes de télévision se le disputent. La Cinq lui propose de présenter une émission de variété, mais il choisit finalement d'accepter un contrat de consultant chez TF1. Outre sa prestation dans le commentaire des retransmissions de matchs de football sur la chaîne, il est aussi prévu qu'il assure une émission fondée sur les interviews de grandes personnalités du monde. Finalement la chaîne estime que ce mélange des genres n'a pas lieu d'être et casse les contrats prévus. Michel Platini est alors engagé par Canal + comme consultant sur les émissions de football. En fait, ses commentaires se sont avérés plutôt hachés, confus, redondants avec l'image, bref, tout à fait insuffisants. En somme, Michel Platini est exploité par la chaîne comme une star du foot, mais il est

évident qu'il n'est pas un champion de la communication. Le cas d'Éric Cantona est plus significatif encore. Après une carrière dans différents clubs français (Auxerre, Bordeaux, Marseille, Montpellier, Nîmes), il passe en Angleterre (Leeds, Manchester). Champion de France en 1991, il devient champion d'Angleterre et conserve le titre en 1995 et 1996. Mais son caractère irascible en fait une personnalité quelque peu contestée. L'une de ses incartades les plus spectaculaires s'est produite lors d'un match disputé contre Crystal Palace le 25 janvier 1995. Un spectateur l'ayant insulté, il est monté dans les tribunes pour rosser l'insolent. En 1997, devant les réticences de son club à renouveler son contrat, il a préféré se retirer complètement. Fortement médiatisé, Eric Cantona représente pour les chaînes un candidat intéressant. On pouvait espérer que son charisme et même son caractère difficile en ferait « une bête de télévision ». En 1994, il devient donc le consultant de France-Télévisions pour la coupe du monde de football. Paul Amar annonce ainsi la nouvelle : « Eric Cantona fait un très beau cadeau aux téléspectateurs de France-Télévisions, Eric Cantona sera le consultant de France-Télévisions pour la coupe du monde de football ». Le cadeau n'est pas si princier. Quand, le 19 juin 1994, Didier Roustan, le présentateur du match Belgique/Maroc lui demande : « Comment voyez-vous cette rencontre ? », il répond : « C'est des mecs qui toujours sont allés loin, quoi... ». Les commentaires de Cantona sont brefs jusqu'à l'indigence, son langage familier à la limite de l'incorrection, et il s'avère incapable de mettre en lumière la stratégie du jeu, bref Cantona n'est qu'une icône publicitaire. Il est l'exemple négatif, celui de l'inaptitude d'un champion à trouver sa place à la télévision.

On pourrait pour finir, faire un détour par la reconversion particulière de David Douillet. Judoka exceptionnel, il a combattu dans la catégorie des poids lourds. Champion de France en 1991 et 1992, il devient champion d'Europe et du monde par équipe avant d'obtenir une médaille de bronze aux jeux olympiques de Barcelone en 1992, puis la médaille d'or aux jeux d'Atlanta en 1996, performance renouvelée aux jeux de Sydney en 2000, date à laquelle il décide de mettre un terme à sa carrière sportive. Dans le même temps, ses succès médiatiques sont à la hauteur de ses victoires sur

le tapis. En 2000, il est élu champion des champions de France par *L'Equipe* et, en 2001, il est classé « personnalité préférée des Français » pour la deuxième fois consécutive par la *Journal du Dimanche*. Il devient consultant sur France-Télévisions et anime l'émission *David contre Goliath*. En 2002, dans le cadre de l'émission *Les pièces jaunes*, il participe à l'animation de trois émissions avec Daniela Lumbroso.

Personnalité très médiatisée, il met sa notoriété au service des plus démunis et des plus malheureux, dont il s'efforce de résoudre les problèmes. David Douillet intervient avec simplicité, il pose les questions que tout un chacun pourrait poser et il montre qu'il a « un cœur gros comme ça ». Au fil des émissions, son professionnalisme s'accroît, mais ce qu'utilise l'émission c'est le capital de sympathie accumulé par le champion.

En somme, si les champions du sport pensent que la télévision est un secteur valorisant pour une reconversion, il est non moins évident, que les directeurs de chaînes sont très intéressés par ces valeurs sûres. Déjà célèbres, ils sont des modèles pour leurs concitoyens, pour les jeunes en particulier. De ce capital symbolique, la télévision veut tirer profit. Puisque l'audimat est roi, les chaînes revendent aux annonceurs les dividendes que leur assurent les anciens champions. Les présentateurs eux-mêmes tirent profit de la notoriété de leurs consultants. Mais une célébrité chasse l'autre, la carrière télévisuelle risque fort d'être aussi courte, sinon, plus, que la carrière sportive. À vrai dire, les stars du sport envahissent le monde de la publicité, mais il ne suffit plus aujourd'hui d'être un champion pour attirer les annonceurs, il faut offrir un *look* et un profil en adéquation avec les données du marketing. En fonction des cibles, familiales ou enfantines, l'annonceur choisit un style de champion ou de championne particulier. Des portraits géants qui s'étalent sur les affiches aux émissions de télévision qui passent aux heures de grande écoute, les sportifs reconvertis ont de belles perspectives devant eux.

Notes

<sup>1</sup> Christian Sauvage, *Journaliste, une passion, des métiers*, Paris, CFPJ, 1988.